
MOCHIEL

(Perencanaan Pendirian Usaha Kue Mochi)

Dea Vio Meta

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MDP Jl. Rajawali No.14 Palembang, Telp +62(711) 376400
Jurusan Ilmu Ekonomi Manajemen, STIE MDP, Palembang
e-mail: dea.vioo@gmail.com

Abstrak

Mochiel adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner, khususnya makanan. Produk yang ditawarkan Mochiel adalah kue mochi dengan berbagai macam variant rasa (seperti coklat, oreo, keju, dsb). Kehadiran Mochiel sendiri dipicu oleh hobi pemilik dalam membuat kue dan melihat belum banyak pesaing yang menjual kue mochi di kota Palembang, dengan menambah pilihan rasa pada kue mochi saat ini, menghadirkan berbagai variant rasa yang belum ditawarkan oleh pesaing. Mochiel memasarkan produknya dengan menggunakan media sosial dan media cetak. Struktur organisasi Mochiel sendiri terdiri dari owner, karyawan, dan kurir. Pada aspek keuangan, Mochiel dinyatakan layak usahanya dengan menggunakan metode-metode seperti payback period, NPV, IRR, dan BEP. Dari hasil perhitungan dan didukung oleh pengalaman dalam bidang ini, penulis optimis akan usaha ini.

Abstract

Mochiel is a business that engaged in the culinary field, especially food. The product at Mochiel are mochi cake with variant flavors (such as chocolate, oreo, cheese, etc). The presence of Mochiel is triggered by the owner hobby to make a cake and not many competitors who sell mochi cake in Palembang, by adding flavors to the mochi cake at this time, to present various flavors that have not been offered by competitors. Mochiel markets their products by using social media and printed media. The organizational structure of Mochiel consist of the owner, employe, and courier. On the financial aspect, Mochiel is declared as an eligible business by using some methods such as payback period, NPV, IRR, and BEP. Therefore, from the calculating's results and the experience in this business, the author is optimistic about this business.

1. PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Berdirinya Usaha

Perdagangan merupakan salah satu kegiatan yang berkembang pesat di jaman sekarang dan mempunyai tantangan yang sangat besar terutama dalam bidang usaha kuliner makanan. Palembang merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia yang juga terkenal akan wisata kulinernya, di Palembang ini tempat kuliner juga telah di mana-mana dan juga telah banyak *online shop* yang menjual beragam jenis makanan ringan seperti pie buah, *cupcake*, *pancake*, dan lain-lain. Melihat adanya pangsa pasar yang besar maka meningkatkan niat pemilik dalam membuat usaha kue mochi yang pemasarannya dapat dilakukan dengan mudah hanya menggunakan media sosial dan media cetak saja.

1.2 Visi dan Misi

1.2.1 Visi

Visi Mochiel yaitu Menjadikan Mochiel sebagai usaha kue mochi ternama yang terus berinovasi dalam menciptakan berbagai macam *variant* rasa, serta dikenal luas oleh masyarakat.

1.2.2 Misi

1. Mengutamakan kualitas makanan dari bahan berkualitas tinggi.
2. Memberikan pelayanan terbaik dan ramah kepada konsumen sehingga konsumen senang.
3. Menciptakan aneka macam kue mochi dengan mengembangkan inovasi dalam rasa.
4. Menjual produk dengan kualitas baik dan rasa yang lezat tetapi dengan harga yang terjangkau.

1.2.3 Tujuan

Tujuan dari Mochiel yaitu antara lain membuat banyaknya *variant* rasa yang ditawarkan dengan menghadirkan rasa-rasa yang baru membuat kue mochi dari Mochiel berbeda dengan kue mochi pada umumnya.

2. GAMBARAN USAHA

Kue mochi yang penulis tawarkan ini memberikan nilai lebih bagi para konsumen karena terbuat dari bahan-bahan pilihan yang berkualitas dan memberikan cita rasa berbeda dengan menciptakan berbagai *variant* rasa yang ada seperti oreo, *greentea*, nutella, coklat, keju, *strawberry*, *blueberry*, durian, kacang dan *ice cream*. Sehingga sangat nikmat dalam setiap gigitannya dan juga dapat langsung diantar ke konsumen dengan jumlah pemesanan tertentu. Hal-hal utama yang ditawarkan yang membuat Mochiel berbeda dengan usaha kue mochi pada umumnya dan menjadi keunggulan Mochiel adalah :

1. Konsumen bebas memilih isi kue mochi.
2. Pemesanan dapat dilakukan secara *online*.
3. Menerima order untuk acara ulang tahun, *wedding party*, *baby hampers*.
4. *Delivery service* (layanan pesan antar).

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmen Pasar, Target Pasar dan Positioning

3.1.1 Segmen Pasar

Dalam usaha Mochiel ini, segmen pasar yang di tuju adalah semua kalangan masyarakat di kota Palembang mulai dari kelompok menengah sampai menengah ke atas. Target pasar yang ingin diraih oleh Mochiel ini yaitu mulai dari anak-anak, remaja, pelajar, dewasa, pekerja, hingga orang tua. Karena pelajar akan sering mengkonsumsi kue mochi yang merupakan makanan ringan dan dapat dijadikan sebagai cemilan, selain itu juga mereka lebih tertarik untuk menemukan suatu hal yang baru salah satunya dalam hal makanan. Segmen geografi adalah pada jasa transportasi hanya wilayah Sumbangsel (Sumatera Bagian Selatan).

3.1.2 Target Pasar

Orang dewasa yang sudah memiliki penghasilan sendiri yang merupakan salah satu kalangan menengah ke atas yang membuat Mochiel memiliki target pasar yang bagus, karena pada dasarnya orang dewasa lebih sering membuat banyak acara - acara seperti pesta ulang tahun, sedekahan maupun acara lainnya.

3.1.3 Positioning

Positioning yang ingin dicapai dalam bisnis Mochiel ini adalah sebagai pelopor kue mochi ternama karena masih belum adanya banyak pesaing yang menjual kue mochi di kota Palembang.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

Dalam perhitungan perkiraan besarnya permintaan dan penawaran terhadap produk ini awalnya akan dilakukan perhitungan perkiraan permintaan, sebelumnya saya akan memperhitungkan jumlah besarnya permintaan potensial yaitu calon pengunjung di kawasan dempo Palembang. Jumlah pengunjung di asumsikan sebanyak 291.600 per tahun. Maka dari itu asumsi jumlah permintaan potensial sebanyak 20.160 per tahun dan akan mengalami kenaikan sebanyak 50% per tahunnya. Untuk jumlah penawaran sendiri juga mengalami kenaikan 50% yaitu sebanyak 18.720 per tahun.

3.3 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar

Tabel 1 Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar Per Tahun

Tahun	Permintaan Potensial	Penawaran Pesaing	Peluang	Rencana Penjualan	Pangsa Pasar
2015	291.600	38.160	253.440	18.720	7,1%
2016	437.400	57.240	380.160	28.080	7,2%
2017	656.100	85.860	570.240	42.120	7,3%

3.4 Strategi Pemasaran Perusahaan Terhadap Pesaing

3.4.1 Product

Produk yang diproduksi dan dijual Mochiel adalah berbagai macam kue mochi yang bervariasi dalam rasa. Dari bahan bakunya sendiri Mochiel menggunakan bahan baku yang berkualitas.



Gambar 1 Produk Kue Mochi

3.4.2 Price

Harga yang ditetapkan oleh Mochiel adalah Rp. 5000 untuk harga produk dan semua jenis variant rasa.

3.4.3 Promotion

1. Advertising (Periklanan)

Advertising yang dilakukan Mochiel yaitu dengan cara membuat brosur yang memberikan informasi untuk pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh Mochiel dan akan dibagikan ditempat yang ramai seperti di sekolah, *mall*, dan lain – lain. Selain itu Mochiel juga memanfaatkan kemajuan teknologi sekarang ini contohnya media internet melalui *social media* seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* atau aplikasi *messenger* lain seperti *Blackberry Messenger* yang dirasa cukup efektif dan efisien untuk mempromosikan bisnis ini.



Gambar 2 Brosur Mochiel

2. Personal Selling (Penjualan Personal)

Penjualan personal yang dapat dipergunakan sebagai media promosi Mochiel adalah melalui promosi oleh pemilik (*owner*) secara pribadi dan langsung kepada kerabat, teman, dan masyarakat yang dekat dengannya.

3.4.4. Placement (Penyaluran)

Untuk penyaluran yang dimiliki oleh Mochiel yaitu merupakan bentuk penyaluran langsung, yang mana penyampaian produk ini dari titik produksi hingga ke konsumen dilakukan di rumah sendiri.

3.4.5 Analisa SWOT

1. Strength

- Kue mochi dapat dijadikan makanan ringan sebagai cemilan dan juga dapat dijadikan oleh-oleh serta dapat disajikan dalam acara yang akan diadakan.
- Berbeda dari pesaing bisnis sejenis, karena Mochiel menawarkan berbagai macam jenis rasa.

2. Weakness

- Produk yang tidak tahan lama
- Merek yang belum dikenal masyarakat

3. Opportunities

- Kurangnya Inovasi dari pesaing sejenis
- Adanya trend perayaan dimasyarakat

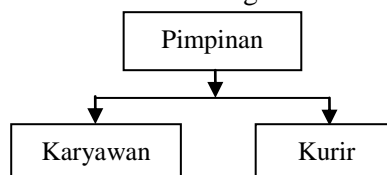
4. Threats

- Pesaing lama yang lebih terkenal
- Harga bahan baku modal naik

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

1. Nama Usaha : Mochiel
2. Nama Pemilik : Dea Vio Meta
3. Alamat : Jl. Dr. M. Isa No.879 Palembang
4. Bentuk Badan Hukum : Perusahaan Perseorangan
5. Struktur Organisasi :



Gambar 3 Struktur Organisasi

4.2 Perijinan

Mochiel meupakan usaha berbentuk badan hukum yang perijinan tidak begitu rumit, ijin lokasi hanya dilakukan ke Rukun Tetangga (RT) setempat, dan jika usaha Mochiel akan membuat sebuah toko maka akan memerlukan ijin usaha, yaitu hanya memerlukan ijin prinsip yaitu seperti Ijin tempat Usaha (SITU) dan Ijin Usaha Perdagangan (SIUP).

4.3 Kegiatan Pra Operasi dan Jadwal Pelaksanaan

Tabel 2 Jadwal Pelaksanaan

KEGIATAN	JADWAL PELAKSANAAN (Dalam Mingguan)											
	Bulan pertama				Bulan kedua				Bulan ketiga			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Survey Pasar	X											
2. Survey Kompetitor Sejenis		X										
3. Menyusun Rencana	X	X										
4. Mencari Pemasok		X	X									
5. Perizinan			X	X	X	X						
6. Survey Tempat Usaha				X								
7. Rekrutment Karyawan					X	X						
8. Training Karyawan							X	X				
9. Survey Mesin / Peralatan								X				
10. Menyusun barang							X	X	X	X		
11. Uji Coba Produksi											X	
12. Promosi									X	X		
13. Soft Opening												X

4.4 Inventaris Kantor dan Supply Kantor

Untuk menunjang operasional dari Mochiel diperlukan inventaris kantor dan *supply* kantor. Inventaris kantor adalah segala hal yang digunakan kantor dan memiliki umur ekonomis 4-16 tahun penggunaan, sedangkan *supply* kantor adalah segala sesuatu yang dipergunakan kantor dengan umur ekonomis 1 tahun penggunaan.

Tabel 3 Inventaris Kantor

No.	Nama Barang	Jumlah Satuan
1	Meja dan kursi kerja	1 unit
2	TV	1 unit
3	Laptop	1 unit
4	Jam dinding	1 unit
5	printer	1 unit

Tabel 4 *Supply* Kantor

No.	Jenis Biaya <i>Supply</i> Kantor	Jumlah	Harga
1.	Buku	2	Rp 50.000
2.	Nota	1(lusin)	Rp 35.000
3.	Pena	1 (lusin)	Rp 45.000
Total <i>Supply</i> Kantor			Rp 130.000

5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha Mochiel yaitu di rumah sendiri untuk awal pembukaan usaha agar tidak perlu mengeluarkan biaya sewa, lokasi tersebut berada di kawasan Jl. Dr. M. ISA No. 879 Palembang. Selain mudah untuk menemukan lokasi yang dipilih ini yaitu

karena lokasi ini berada dalam kompleks dimana ada perkantoran, karyawan kantor dan mahasiswa atau pelajar sebagai target usaha tersebut. Penulis yakin bahwa pemilihan lokasi tersebut merupakan lokasi yang tepat untuk dijadikan lokasi dengan tempat yang strategis serta dekat dengan konsumen.

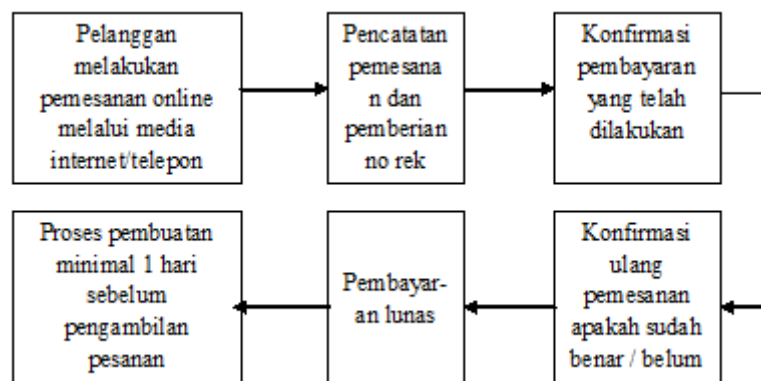
5.2 Rencana Tata Letak (Layout)



Gambar 4 Tata Letak Mochiel

5.3 Proses Penjualan

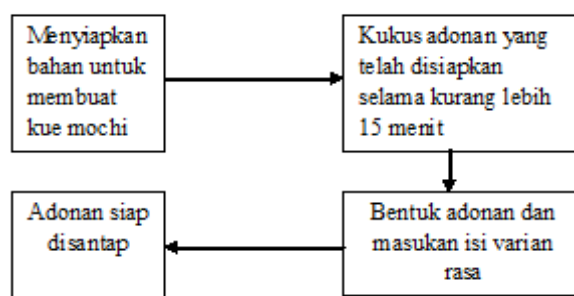
Proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk. Berikut ini gambar alur yang menjelaskan tahapan proses produksi Mochiel :



Gambar 5 Siklus Proses Penjualan

5.4 Proses Produksi

Setelah melakukan proses penjualan, selanjutnya yang akan dilakukan adalah memproduksi kue mochi itu sendiri. Berikut gambar di bawah ini merupakan skema proses produksi kue mochi yang dilakukan oleh penulis sendiri :



Gambar 6 Proses Produksi

5.5 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Dalam menjalankan operasionalnya Mochiel ternyata membutuhkan bahan baku dan bahan pembantu untuk proses produksi. Biaya yang dibutuhkan untuk bahan baku adalah sebesar Rp. 2.935.000 dan bahan pembantu adalah Rp 130.000.

5.6 Tenaga Produksi

Mochiel dalam menjalankan usahanya akan menggunakan 2 karyawan yang bertugas sebagai karyawan membantu dalam membuat kue mochi dan juga kurir. Kriteria tenaga kerja yang akan digunakan oleh Mochiel adalah tenaga kerja yang sesuai dan terlatih dibidangnya. Kualifikasi tenaga produksi yang dibutuhkan adalah SMU/Sederajat.

5.7 Mesin dan Peralatan

Dalam menjalankan usaha memerlukan mesin dan peralatan untuk mendukung kegiatan operasional. Total biaya yang dibutuhkan untuk mesin dan peralatan oleh Mochiel dalam menjalankan kegiatan operasionalnya adalah Rp. Rp 3.400.000.

5.8 Tanah, Gedung, dan Perlengkapan

Perencanaan lokasi tempat usaha merupakan salah satu faktor penting dapat berkembangnya suatu usaha. Kegiatan usaha akan dilakukan dengan tanpa biaya sewa. Tempat usaha di Jl. Dr. M. ISA No. 879 Palembang. Dalam memilih lokasi usaha harus kita memilih tempat usaha yang strategis, karena tempat usaha yang tidak tepat dan tidak strategis akan membuat usaha tidak berjalan seperti harapan.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Pendanaan

Total modal yang diperlukan Mochiel adalah Rp. 13.554.000. Modal tersebut berasal dari dana pribadi sebesar 100%.

6.2 Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

Modal investasi yang dibutuhkan Mochiel adalah Rp. 10.619.000.

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

Modal kerja yang dibutuhkan Mochiel adalah Rp. 2.935.000.

6.4 Analisa Kelayakan Usaha

6.4.1 Payback Period

Payback Period untuk Mochiel adalah selama 7 bulan.

6.4.2 Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of Proceed*) dengan PV investasi (*Capital Outlays*) selama umur investasi. Apabila hasil NPV nantinya positif, maka investasi diterima. Bila sebaliknya NPV negatif, maka investasi sebaiknya ditolak (Kasmir dan Jakfar, 2009). Untuk melakukan perhitungan NPV ini, besarnya tingkat bunga pengembalian (*r*) akan mempergunakan besarnya BI rate saat ini, yaitu 7,75% (Bank Indonesia, 2014). Berikut adalah perhitungannya :

Tabel 5 Perhitungan Net Present Value dengan Kas Berbeda Per Tahun

Tahun	Kas Bersih	DF (7,75%)	PV Kas Bersih
1	23.444.000	0,928	21.756.032
2	50.486.000	0,865	43.670.390
3	91.889.000	0,799	73.419.311
Total PV kas bersih			138.845.733

$$NPV = \frac{\text{Kas bersih 1}}{(1+r)} + \frac{\text{Kas bersih 2}}{(1+r)^{\text{pkt 2}}} + \dots + \frac{\text{Kas bersih N}}{(1+r)^{\text{pkt N}}} - \text{IN}$$

$$\text{Total PV Kas Bersih} = \text{Rp. 21.756.032}$$

$$\text{Total PV investasi} = \text{Rp. 13.554.000} - \text{Rp. 8.202.032}$$

Jadi, karena hasil NPV adalah sebesar Rp. 8.202.032 yang bernilai positif, maka dari itu investasi Mochiel dinyatakan diterima.

6.4.3 Internal Rate of Return

Tabel 6 Perhitungan IRR

Tahun	Kas Bersih	DF (32%)	PV Kas Bersih	DF (33%)	PV Kas Bersih
1	23.444.000	0,757	17.747.108	0,715	12.689.182
Total PV Kas Bersih			17.747.108		12.689.182
Total PV Investasi			13.554.000		13.554.000
NPV			4.193.108		-864.818

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (i_1 - i_2)$$

$$IRR = 32\% + \frac{4.193.108}{4.193.108 - 864.818} \times 1\%$$

$$IRR = 32\% + 0,12 = 32,12\% \text{ dibulatkan menjadi } 32,1\%$$

Melihat dari hasil perhitungan IRR yaitu 32,1% dan mempergunakan BI Rate (sebesar 7,75%) sebagai perhitungan bunga pinjaman, dapat dinyatakan bahwa investasi Mochiel melalui perhitungan IRR dinyatakan dapat diterima.

6.5 Analisis Keuntungan

6.5.1 BEP per Unit

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual per satuan} - \text{Biaya variabel per satuan}}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP per tahun} &= \frac{\text{Rp}27.650.500}{\text{Rp } 5.000 - \text{Rp } 2.266} \\ &= 10.113 \text{ unit} \\ \text{BEP per bulan} &= \frac{\text{Rp } 2.304.116}{\text{Rp } 5.000 - \text{Rp } 2.266} \\ &= 842 \text{ unit} \end{aligned}$$

6.5.2 BEP dalam Rupiah

$$\begin{aligned}
 \text{BEP per tahun} &= \text{BEP unit} \times P \\
 &= 10.113 \times \text{Rp } 5.000 \\
 &= \text{Rp } 50.565.000 \\
 \text{BEP per bulan} &= 842 \times \text{Rp } 5.000 \\
 &= \text{Rp } 4.210.000
 \end{aligned}$$

6.6 Laporan Keuangan

Untuk menilai kinerja Mochiel untuk tahun operasionalnya selama 1 hingga 3 tahun, diperlukan evaluasi terhadap laporan keuangannya. Berikut adalah laporan keuangan Mochiel berupa laporan arus kas, laba/rugi, dan neraca per tahun ke1,2 dan 3:

- **Arus Kas**
 - Tahun Pertama : Rp 23.444.000
 - Tahun Kedua : Rp 50.486.000
 - Tahun Ketiga : Rp 91.889.000
 - **Laba Rugi**
 - Tahun Pertama : Rp 22.593.500
 - Tahun Kedua : Rp 49.635.500
 - Tahun Ketiga : Rp 91.038.500
 - **Neraca**
 - Tahun Pertama : Rp. 78.432.500
 - Tahun Kedua : Rp. 123.084.500
 - Tahun Ketiga : Rp. 190.902.500
-

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua, saudara dan gerry yang telah memberi dukungan serta memotivasi penulis terhadap penyelesaian *business plan* ini. Terima kasih juga kepada para dosen pembimbing yang telah membantu dalam menyelesaikan *business plan* ini. Akhir kata, penulis berharap semoga *business plan* ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi orang lain, serta dapat memberikan pengetahuan yang lebih kepada kita semua nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofjan 2008, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Revisi Fakultas Universitas Indonesia, Jakarta.
- Anonim 2011, *Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)*, Diakses 10 Desember 2014, dari <http://www.kppt.palembang.co.id/>
- Anonim 2012, *Jenis Ijin dan Persyaratan*, Diakses 08 November 2014, dari www.kppt.palembang.go.id
- Anonim 2013, *Data BI Rate*, 2013, Diakses 03 November 2014, dari www.bi.go.id
- Brigham dan Houston 2009, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kasmir, Jakfar 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT. Kencana, Jakarta.
- Kamendag 2013, *Prosedur Surat Izin Usaha Perdagangan*, Diakses 13 November 2013, dari <http://www.satulayanan.net>
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2009, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.
- Mulyadi 2005, *Akuntansi Biaya, Ghalia Indonesia, Edisi 5*, Yogyakarta.
- Syahputra A 2013, *Arti Warna dan Psikologis*, Diakses pada 21 November 2014, dari <http://reemill.blogspot.com/>
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana. 2008, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.
- Wibisono, D 2006, *Manajemen Kinerja: Konsep, Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, Erlangga, Jakarta.
-